

МЕРЕЖЕВИЙ МАРКЕТИНГ: СПОСІБ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ЧИ "ФІНАНСОВА ПІРАМІДА"

Капітаненко Ю.А., *студент*

Конотопська філія ПВНЗ «Європейський університет»

З переходом від планової економіки до ринкових відносин на недосвідченого в численних видах торгівлі, що застосовуються на Заході, покупця України хлинув потік зовсім незнайомих йому понять. Багаторівневий маркетинг (Multi Level Marketing, скор. - MLM або МЛМ) - один з найновіших і ефективніших напрямів в бізнесі, що в той же час викликає масу нерозуміння. Це не виробництво і не торгівельний бізнес в тому сенсі, як ми це зазвичай уявляємо.

Що ж таке мережевий (багаторівневий) маркетинг?

Маркетинг означає доставку товарів або послуг від виробника до споживача. Вираз "багаторівневий" - означає систему заохочення людей, що доставляють товар або послугу споживачеві. MULTI (багато) - означає "більше, ніж один". Level (рівень, ступінь) - швидше означає "покоління". Таким чином, можна назвати систему "просування продукції за допомогою декількох поколінь". Сучаснішим є термін "мережевий маркетинг".

Основним завданням мережевого маркетингу є інформаційне охоплення максимальної кількості людей. Продаж буде природним результатом цього інформаційного охоплення.

Мережевий маркетинг є дозволеним законом видом діяльності. Проте, його часто плутають з так званою "пірамідою" (шахрайством). Операції "піраміди" нелегальні і заборонені законом у всіх цивілізованих країнах. Схожість, дійсно, є - використовується такий же метод ланцюгової реакції - інформація передається від людини до людини, але на цьому схожість закінчується. Основна відзнака полягає в тому, що "піраміда" створюється не для просування товарів або послуг.

Мережевий маркетинг ставить перед собою завдання розповсюдження продукції і інформаційне охоплення ринку. "Піраміда" - це спосіб перекладання грошей з одних кишень в інших. У МЛМ же - гроші з'являються не з внесків, а за рахунок реалізації компанією продуктів або послуг в споживчій мережі. Дохід кожного отримується не за рахунок засобів нижчерівневих, а за рахунок прибутку компанії, який вона розподіляє між своїми дистриб'юторами відповідно до результатів їх роботи і свого встановленого плану винагород.

Щодня у світі понад 100 тисяч осіб стають незалежними дистриб'юторами компаній. Мережеві компанії існують в 125 країнах світу. Як прогнозують економісти-аналітики, в XXI столітті приблизно 70% товарів в світі буде продаватися саме в системі МЛМ. Прогнозується, що до 2015 року кількість компаній зросте до 30000.

Тому мережевий маркетинг – найбільш потужний з усіх наявних на сьогоднішній день способів розповсюдження товарів і послуг. Ураховуючи сучасний розвиток мережевого маркетингу в Україні і за кордоном, можна упевнено сказати, що в майбутньому компанії, які застосовуватимуть концепцію мережевого маркетингу, будуть успішними.

Керівник: Весперіс С.З., *к.е.н., доцент*

1. Амблер Т. Практический маркетинг / Пер. с англ. под общей ред. Ю.Н.Каптуревского. – СПб : Издательство "Питер", 1999. - 400с.
2. Войчак А.В. Особливості сучасної організації маркетингу на підприємстві // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. Спец. Ф79. – К : КНЕУ, 2005. – 604с.
3. Момот І. З рук в руки. Архітектором першої товарно-грошової піраміди став розробник харчових добавок / І. Момот // Дзеркало тижня. – 23-29 вересня 2006. – № 36.
4. Яковлев Ю. П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій: навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 376 с.